

Opinnäytetyö (AMK)

Tuotantotalous

NTUTAS12

2016

Niko Simola

# LAJIKARNEVAALIEN TUOTTAVUUDEN PARANTAMINEN

– Suomen Urheiluliitto

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Tuotantotalous

Kevät 2016 | 30+21

Ohjaajat: Timo Holopainen

Niko Simola

# LAJIKARNEVAALIEN TUOTTAVUUDEN PARANTAMINEN

- Suomen Urheiluliitto

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Suomen Urheiluliitolle yleisurheilun lajikarnevaalitapahtumista. Lajikarnevaalit ovat lajikoulutustapahtuma, joka pitää sisällään myös kilpailun. Osana työtä suoritettiin kvalitatiivinen kyselytutkimus, johon karnevaalijärjestäjät saivat vastata omin sanoin. Työn tarkoituksena oli tutkia kyselyn pohjalta karnevaalijärjestäjien välisiä toimintatapoja, ja sitä kautta etsiä keinoja paikallisjärjestäjien tuottojen lisäämiseksi.

Tämän opinnäytetyön tekeminen aloitettiin teoriaosuuden kirjoittamisesta. Teoriaosuus koostuu palveluliiketoiminnan eri osa-alueista. Opinnäytteen alussa määritellään tarkemmin työn tavoitteista ja kerrotaan lajikarnevaaleista.

Työn loppupuolisko koostuu tutkimusosasta. Tutkimusosassa keskityttiin kyselyn vastauksien analysointiin, ja näiden pohjalta muodostuneisiin johtopäätöksiin sekä parannusehdotuksiin. Tutkimustulosten mukaan suurempia tuottoja olisi mahdollista saavuttaa säästöjen, kuten yhdistettyjen hankintojen avulla.

ASIASANAT:

Palveluliiketoiminta, Lajikarnevaalit, Tuottavuus

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Industrial Management and Engineering

2016 | 30+21

Instructors: Timo Holopainen

Niko Simola

# IMPROVING THE REVENUE OF TRACK AND FIELD CARNIVAL

- Finnish Athletics Federation

This thesis was commissioned by Finnish Athletics Federation (Suomen Urheiluliitto). The objective of the thesis was to improve the revenue of track and field carnival (lajikarnevaalit). Track and field carnival is an exercising camp including carnival competition. As part of this thesis a qualitative research was launched in the form of a survey, which the carnival organizers had to answer to in their own words. The purpose of this theses was to examine the practices between the organizers of the track and field carnival based on the answers given in the survey, and that way to find ways to increase the income of the local organizers.

This thesis was started by writing the theoretical part. The theoretical part consists of different areas of service business. At the beginning of this thesis the objectives of the work is defined more precisely and track and field carnival as an event is introduced.

The research part focused on analysis of the responses to the questionnaire and on the basis of the responses, conclusion were made and suggestions for improvement were presented. The results showed that it would be possible to achieve savings with aggregated procurement.

## KEYWORDS:

Service business, Track and field carnivals, Productivity

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
1.1 Lajikarnevaalit	7
1.2 Työn tavoitteet	8
1.3 Työn toteutus	8
<b>2 PALVELULIIKETOIMINTA</b>	<b>10</b>
2.1 Palveluliiketoiminnan johtaminen	10
2.2 Toiminnan kehittäminen	11
2.3 Laatuajattelu	13
2.4 Asiakaskokemus	14
<b>3 LAJIKARNEVAALIEN VERTAILU</b>	<b>16</b>
<b>4 TUTKIMUSMENETELMÄN VALINTA JA TULOKSET</b>	<b>17</b>
4.1 Tutkimustulosten analysointi	18
4.2 Työvoiman, kilpailijoiden ja leiriläisten määrä	18
4.3 Kulujen laskeminen	20
4.4 Karnevaalien tulot, menot ja tuotot	21
4.5 Karnevaalien välinen yhteistyö	23
4.6 Karnevaalien markkinointi	24
4.7 Muut ansaintamenetelmät	25
4.8 Yhteissponsorointi	25
<b>5 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>26</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>30</b>

## LIITTEET

- Liite 1. Lajikarnevaalien taloustutkimuksen saatekirje
- Liite 2. Lajikarnevaalien taloustutkimus malli
- Liite 3. Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 1
- Liite 4. Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 2
- Liite 5. Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 3
- Liite 6. Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 4
- Liite 7. Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 5

Liite 8. Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 6  
Liite 9. Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 7

## KUVIOT

Kuvio 1. Palveluliiketoiminnan kehittäminen on yhteistyötä.	11
Kuvio 2. Arvon muodostamisen pyramidi.	15
Kuvio 3. Kouluttajia suhteessa leiriläisiin.	18
Kuvio 4. Suhdeluku leiriläisten määrästä kouluttajaa kohden.	19
Kuvio 5. Järjestäjiä suhteessa kilpailijoihin.	20
Kuvio 6. Karnevaalien merkittävimmät tulonlähteet.	22
Kuvio 7. Karnevaalien merkittävimmät menot.	23

# 1 JOHDANTO

Yleisurheilu on monelle suomalaiselle tuttu urheilun muoto. Useat suomalaiset ovat nuoruudessaan harrastaneet yleisurheilua. Nykyinen taloustilanne kuitenkin hankaloittaa ihmisten harrastamista kuin tapahtumien järjestämistäkin.

Nykypäivän korkea hintataso ajaa tapahtumajärjestäjiä nostamaan hintojaan. Nyt on kuitenkin saavuttu rajapisteeseen hinnan suhteen, jos vielä hinta nousee, kävijät vähenevät. Tapahtuman kulut kuitenkin kasvavat kolmesta viiteen prosenttia vuodessa. Järjestäjien onkin syytä tutkia kulurakenteensa, ja etsiä säästöjen kautta tuottoja.

Kysyin valmentajaltani aiheita opinnäytetyölle, ja hän otti yhteyttä Suomen Urheiluliittoon. Sieltä ehdotettiin aiheita lajikarnevaaleihin liittyen. Muutaman sähköpostin vaihdon jälkeen oli opinnäytetyön aihe saatu rajattua koskemaan lajikarnevaalien tuottavuuden parantamista. Tuottavuuden parantamiseksi työssä vertaillaan kaikkien kahdeksan lajikarnevaalin toimintamalleja keskenään, ja pyritään niistä rakentamaan se tuottavin vaihtoehto.

Työssä tutkitaan kyselylomakkeen avulla karnevaalijärjestäjien välisiä eroavaisuuksia menoissa, tuloissa ja tuotoissa. Tämän lisäksi kyselylomakkeen avulla pyritään selvittämään, olisivatko järjestäjät valmiita tekemään yhteistyötä hankinnoissa, ja näin karsimaan kustannuksia.

## 1.1 Lajikarnevaalit

Lajikarnevaalit ovat perinteikäs suomalainen yleisurheilutapahtuma. Ne järjestetään lajeittain seuraavilla paikkakunnilla:

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyyssuoksut, Jämsä
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Kilpakävely, Kauhava
- Korkeus, Ruovesi
- Moniottelut, Kauhava
- Moukari, Kaustinen
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

Karnevaalit tarjoavat lajikoulutusta yli kymmenen vuotiaalle yleisurheilijoille sekä heidän vanhemmilleen ja valmentajilleen. Koulutuksesta vastaavat SUL:n valmentajat ja muut ammattitaitoiset valmentajat. Lajikoulutuksen lisäksi karnevaalit pitävät sisällään myös kovatasoisen kilpailun. Tätä kisaa voidaan tasoltaan verrata jopa Kalevankisoihin, sillä Suomen parhaimmisto on yleensä paikalla. Suomen huippujen lisäksi osallistujina nähdään usein ulkomaalaisia urheilijoita. Lajikarnevaalit järjestetään neljäpäiväisenä leirimuotoisena tapahtumana torstaista sunnuntaihin.

Lajikarnevaali -leiri maksaa urheilijalle 150€, ja koulutuksen lisäksi se pitää sisällään kilpailumaksun, ruokailut, majoituksen ja leiripaidan. Urheilijan vanhemmille ja/tai valmentajille on järjestetty erillinen ohjelma, johon he voivat osallistua ilmaiseksi.

(Yleisurheilu 2016.)

Lajikarnevaalileirien tärkeys yhtenä nuorten urheilijoiden valmennuksellisenä kohtaamispaikkana on tärkeä. Urheiluseurat tarjoavat hyvät puitteet lapsille ja nuorille fyysiseen, sosiaaliseen ja psyykkiseen terveyteen. Urheiluseurat ovat kodin ja koulun jälkeen merkittävimpiä lasten ja nuorten kasvatusta paikkoja. Lajikarnevaaleilla lapsi/ nuori pääsee kohtaamaan myös huippu-urheilijoita, ja siellä voidaan synnyttää uusia urheilutähtiä. (Nuorisotutkimusseura 2016.)

## 1.2 Työn tavoitteet

Työn tarkoituksena on auttaa lajikarnevaalijärjestäjiä kehittämään toimintaansa, jotta tapahtuma tuottaisi voittoa järjestäjille jokaisella paikkakunnalla. Nykyisellään karnevaalit eivät tuota järjestäjätahoille juurikaan rahallista korvausta, osalle järjestäjistä karnevaalit tuottavat jopa tappiota. Jokainen lajikarnevaali toimii omana yksikkönään. Täten on myös syytä tutkia, onko eri karnevaalien väleillä erilaisia toimintatapoja, ja voitaisiinko niitä monistaa myös muualle käyttöön. Osana työtä selvitetään myös nykytilanne osallistujamäärien ja tulo/kulurakenteen suhteen.

Nykyisen osallistumismaksun (150€) suhteen ollaan jo kipurajoilla, joten suurempaa tuotto-osuutta pyritään saavuttamaan kuluja pienentämällä. Olisiko esimerkiksi mahdollista ostaa jokaisen karnevaalin paidat, palkinnot yms. yhtenä ”könttänä” ja tätä kautta saavuttaa paljousalennuksia. Lajikarnevaaleille yhtenäinen valtakunnallinen sponsori on myös selvityksen arvoinen vaihtoehto.

## 1.3 Työn toteutus

Tämä opinnäytetyö tehdään toimeksiantona Suomen Urheiluliitolle yleisurheilun lajikarnevaalitapahtumista. Opinnäytetyön alussa käsitellään yleistä teoriaa palveluliiketoiminnasta ja sen tärkeydestä liiketoiminnalle. Työn tutkimusosuus toteutetaan kyselylomakkeen avulla. Kyselylomakkeella pyritään selvittämään karnevaalien välisiä eroavaisuuksia toimintatavoissa. Osana kyselyä pyritään selvittämään myös karnevaalijärjestäjien halukkuus yhteistyöhön muiden järjestäjien



kanssa. Oleellisena osana kyselyä tutkitaan myös karnevaalien merkittävimpiä tulon lähteitä ja vastaavasti suurimpia menoja. Tämän jälkeen vertaillaan, onko karnevaalien välillä yhteneväisyyksiä menoissa ja tuloissa. Tämän lisäksi pyritään selvittämään, onko muiden järjestäjien malleja mahdollista ottaa käyttöön myös useammalla karnevaalilla. Kyselyn avulla selvitetään karnevaalien nykytilaa, ja onko jo mahdollisesti onnistuttu laskemaan kuluja.

Lajikarnevaalien kyselylomake pitää sisällään 15 kysymystä, joista 14 on avoimia kysymyksiä. Näin järjestäjät voivat vastata omin sanoin kyselyyn, mikä samalla mahdollistaa hyvän kuvan saamisen karnevaalien nykytilasta ja käytännöistä. Tämän opinnäytetyön loppupuolella tutkimusmenetelmien valinta- ja tulokset osiossa sekä johtopäätökset osiossa tutkitaan kyselyn tuloksia kuvaajia analysoiden. Analysoinnin jälkeen käsitellään esille nousseita ongelmia, ja mahdollisia parannusehdotuksia.

Työn lopussa on liitteinä karnevaalijärjestäjien antamat vastaukset kyselyyn. Vastanneiden pyynnöstä lomakkeista on kuitenkin piilotettu taloustiedot ja anonyymiyden säilyttämiseksi myös muut tunnistamisen mahdollistavat yksityiskohdat.

## 2 PALVELULIIKETOIMINTA

Palveluliiketoiminta itsessään koostuu liiketoiminnan tärkeistä osa-alueista, kuten johtamisesta, asiakaspalvelusta ja myynnistä. Kun nämä osa-alueet ovat toteutettu hyvin, syntyy palveluliiketoiminnasta kilpailuetua organisaatiolle. Kilpailuedun syntymiseen vaikuttaa myös suuresti ihmisten kyky kohdata toiset ihmiset aidosti ja arvostaen heitä. (Fischer & Vainio 2014, 7)

### 2.1 Palveluliiketoiminnan johtaminen

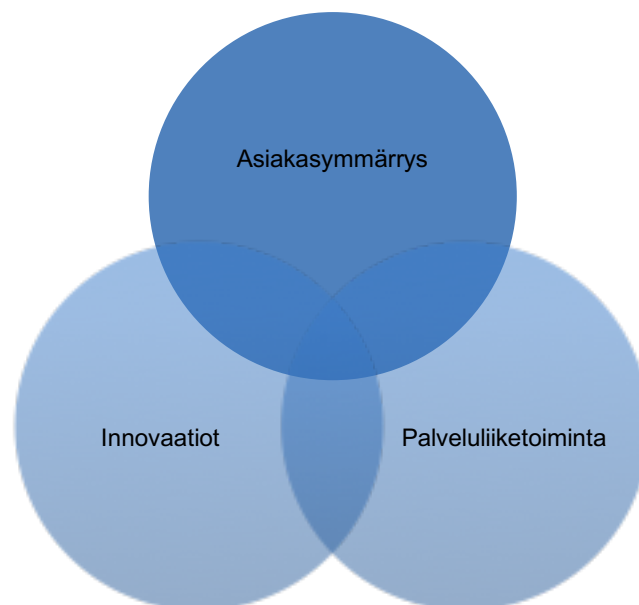
Palveluliiketoiminta aiheuttaa haasteita perinteisiin johtamisen toimintatapoihin verrattaessa. Kun keskitytään palveluliiketoiminnan johtamiseen, joudutaan usein muokkaamaan jo organisaatioissa olevaa johtamisen kulttuuria. Organisaatiokulttuurin pitäisikin olla sellainen, että kaikki hyväksyvät toisensa, kaikki arvostavat toisiaan ja kaikki auttavat toisiaan. Palveluliiketoiminnan johtaminen on siis pääasiassa ihmisten johtamista. Ihmisten johtamisen sijaan voidaan puhua myös kokemusten johtamisesta, kuten asiakaskokemuksen ja työyhteisökokemuksen johtamisesta. Johtajien pitää joka tapauksessa toimia esimerkkinä alaisilleen, ja asettaa realistisia kannustimia sekä tehdä konkreettisia tekoja. (Epublications 2016; Kitunen & Wahlgren 2012, 60)

Johtamista käsittelevät teoriat, käsitteet ja viitekehykset ovat muuttuneet vuosien kuluessa. Näitä teorioita, käsitteitä ja viitekehyksiä kutsutaan yleisesti johtamisparadigmoiksi. Nykyisin johtamisessa tulisi painottaa yhteistyöverkostojen rakentamista sekä innovaatioiden luomista yhdessä asiakkaiden kanssa. Tällainen johtaminen kasvattaa johdettavaa yhteisön määrää, tarkoittaen, että työnjaosta ja säännöistä on neuvoteltava useiden organisaatioiden kanssa. (Hyötyläinen & Nuutinen 2010, 21-23) Tällainen toimiva verkostosuhde perustuu kaikkien osapuolten sitoutumiseen, riippuvuuteen ja luottamukseen (Helander ym. 2013, 70).

Menestyvä palveluliiketoiminta edellyttää organisaatio- ja johtamismallien muuttamista palveluliiketoiminnalle sopiviksi. Sopivien organisaatio- ja johtamismallien löytämiseksi on tehtävä organisaation nykytilasta ja menneisyydestä analyysi, tämän lisäksi tulevaisuudelle on luotava selvät visiot ja strategiat. Organisaation toimintatapojen on oltava myös selkeät asiakkaille ja verkostoille, jotta palveluliiketoiminnalla olisi edellytykset menestyä. Tällaiset muutokset ovat kuitenkin hitaita saavuttaa, sillä muutoksen alle joutuu yleensä koko organisaatiokulttuuri. (Hyötyläinen & Nuutinen 2010, 70-71)

## 2.2 Toiminnan kehittäminen

Palveluliiketoiminnan kehittäminen tapahtuu kolmen osa-alueen yhteistyönä. Kuviossa 1 on pyritty selvittämään, kuinka palveluliiketoiminnan kolme osa-aluetta linkittyvät toisiinsa. Kuviosta 1 voidaan myös päätellä, että ilman asiakasymmärrystä palveluliiketoimintaa on mahdotonta lähteä kehittämään. (Tekes 2016.)



Kuvio 1. Palveluliiketoiminnan kehittäminen on yhteistyötä. (Tekes 2016.)

Organisaation kehittäminen koostuu olemassa olevan osaamisen kehittämisestä ja sen täydentämisestä (Helander ym. 2013, 48). Palveluliiketoimintaa kehittämällä voidaan saavuttaa hyötyä niin yritykselle kuin sen asiakkaille. Palveluliiketoimintaa kehittämällä voidaan tuottaa palveluja tehokkaammin ja tasalaatuisemmin. Palvelujen tehostamisen lisäksi pystytään erottumaan kilpailijoista, ja sitouttamaan asiakkaita entistä paremmin. Hyvin toteutettu palvelupuoli tarkoittaa myös sitä, että kilpaillaan laadulla ja kokonaispalvelulla hinnan sijaan. Näin pystytään toimimaan markkinoilla, jotka kasvavat tuotemarkkinoita nopeammin. Palveluliiketoiminnan kehittäminen on siis hyvä tapa uudistaa pitkään toimineen yrityksen toimintaa. Sen avulla voidaan kehittää uusia tuotesegmenttejä ja näin saavuttaa uusia asiakkaita. (Palveluliiketoiminta 2016.) Palveluliiketoiminnassa tuotavuus saadaan aikaan laadukkaalla ihmisten välisellä vuorovaikutuksella. Jos ihmiset ovat sitoutuneita toisiinsa laatuyhteyksien kautta, he kokevat työniloa, ja näin haluavat suunnata osaamisensa ja toimintakykynsä tekemiseen. (Fischer & Vainio 2014, 150)

Palvelujen kehittäminen on yksinkertaisimmillaan jo olemassa olevien palveluiden varmistelua, näin pyritään tarkistamaan, että palvelut tuotetaan niin tehokkaasti kuin on mahdollista. Tärkeintä tässä projektissa on tuntea asiakkaan toimintatavat ja tarpeet. Palvelun arvo muodostuu hyödystä, jonka asiakas palvelua käyttämällä saa. (Palveluliiketoiminta 2016.)

Palveluliiketoimintaa voidaan kehittää erisuuruisin askelin. Tämä riippuu yrityksestä, haluavatko he edetä vaihe vaiheelta, tai mahdollisesti pyrkiä suuriin parannuksiin kerralla, jotka voivat jopa muuttaa yrityksen liiketoimintamallin kokonaan. Tuotteistaminen on useimmiten ensimmäinen vaihe palveluiden kehittämisessä. Tuotteistamisella tarkoitetaan palvelun selkeää määrittelemistä, palvelun tai palvelutuotannon vakioinnin ja räätälöinnin suhteen selkeyttämistä, palvelutuotannon prosessien parantamista ja palvelun selkeää konkretisointia ja hinnoittelua asiakkaalle. Palvelukeskeisessä liiketoiminnassa palvelun kehittäminen ja tuottaminen suoritetaan asiakkaan kanssa yhdessä. Liiketoiminnan ollessa palvelukeskeistä, vaaditaan asiakkaiden tarpeiden hyvää tuntemusta ja todella tiivistä yhteistyötä. Tällöin palvelun arvo syntyy yhteistyönä, eikä valmiina palveluna, jonka

asiakas ostaa. Palveluliiketoiminnan kehittäminen voidaan kohdistaa useaan yrityksen osa-alueeseen, kuten verkostoihin, arvoketjuihin, organisaatioon, organisaatioprosesseihin, teknologiaan, tuotteisiin, jakeluun sekä asiakasrajapintaan. (Palveluliiketoiminta 2016.)

### 2.3 Laatuajattelu

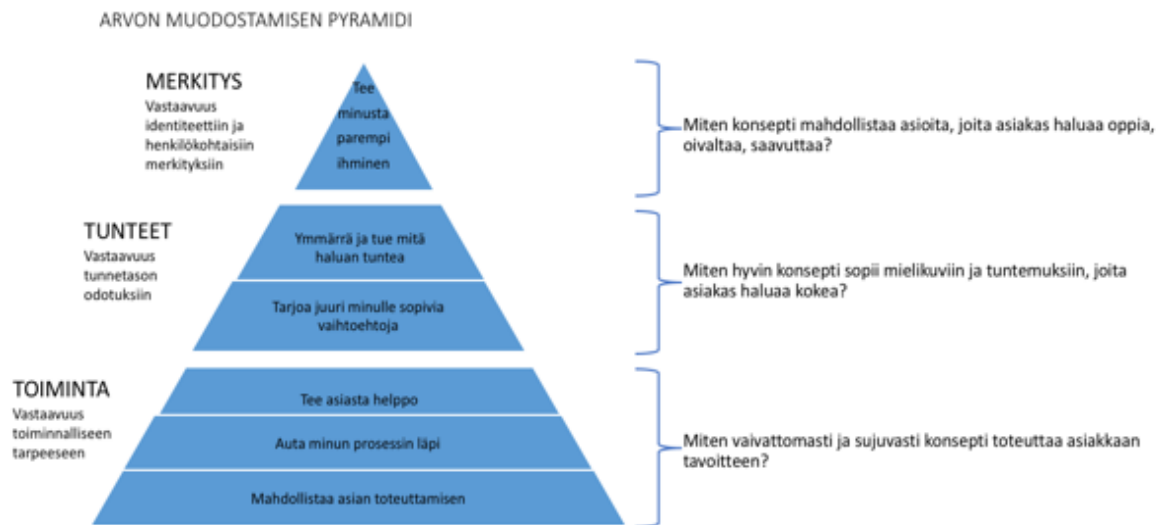
Laatuajattelun lähtökohtana on organisaation asettamat tavoitteet. Organisaation tavoitteet voivat olla taloudellisten asioiden lisäksi sosiaalisia, ekologisia ja muita aikaansaannoksia. Kun halutut lopputavoitteet ovat selvillä, voidaan aloittaa miettimään, kuinka ne saavutetaan. Lopputuloksiin ei pystytä vaikuttamaan suoraan. Oman toiminnan laatua muokkaamalla saadaan halutunlaisia vaikutuksia myös lopputulokseen. Tästä hyvänä esimerkkinä ovat urheilijat, jotka eivät voi vaikuttaa suoraan lopputulokseen, kuten hypyn pituuteen. Hypyn pituutta pystytään kuitenkin parantamaan. Urheilussa parempaa lopputulosta haetaan suoritukseen vaikuttavien osatekijöiden kautta, kuten laadukkaammalla harjoittelulla, hyvällä henkisellä tasapainolla, laadukkaalla ravinnolla ja laadukkaalla valmennuksella. Kun nämä asiat ovat kunnossa, myös lopputulos paranee. Lopputuloksessa ei kuitenkaan tapahdu muutosta välittömästi, vaan tarvitaan riittävä määrä toistoja tuloksen parantamiseksi. Organisaatiokaan ei pysty vaikuttamaan suoraan asettamaansa lopputulokseen. Vaan sen pitää toimia samalla periaatteella kuin urheilijan. Organisaatiossa muutosta voidaan tavoitella esimerkiksi strategian kautta, organisaation sisäisten yhteyksien kautta, tiedonkulun kautta, ja lisäksi yksilöiden kehittymisen sekä johtamisen rakenteiden kautta. (Fischer & Vainio 2014, 157-158)

## 2.4 Asiakaskokemus

Steve Jobs, Applen perustaja sanoi aikoinaan: ”Et voi kysyä asiakkailtasi, mitä he haluavat, ja sitten yrittää antaa sen heille. Siihen mennessä, kun saat tuotteen markkinoille, ihmiset haluavat jo jotain muuta.” (Tuulaniemi 2011, 74).

Palveluissa oleellista on asiakkaan kokemus palvelusta. Asiakaskokemuksella tarkoitetaan koko organisaation tarjoaman markkinoinnin ja palvelun etukäteiskontaktoinnin, palvelun laadun, palveluominaisuuden, luotettavuuden ja käytön helppouden. Jokaisen organisaation tehtävä onkin palvella asiakkaitaan mahdollisimman hyvin, sillä palveluliiketoimintaketjun päästä löytyy aina maksava asiakas. Tällaisen hyvän asiakastyytyväisyyden saavuttamiseksi pitää ensin kuitenkin ymmärtää, miten ja milloin ihmiset kohtaavat organisaation tarjonnan. (Tuulaniemi 2011, 74; Fischer & Vainio 2014, 165)

Nykyisin asiakaskokemukseen vaikuttaa suuresti myös itse asiakas. Useat organisaatiot ovat muokanneet liiketoimintaansa niin, että he eivät vain toimita palvelua asiakkaalle, vaan se tehdään asiakkaan kanssa yhteistyössä. Netissä tällaisesta hyvänä esimerkkinä ovat kuvakirjapalvelut, joissa yritys tarjoaa asiakkailleen valmiita pohjia ja ohjelmia kuvakirjan rakentamiseen. (Fischer & Vainio 2014, 166-167) Tässä opinnäytetyössä käsiteltävät lajikarnevaalit ovat myös hyvä esimerkki asiakkaan kanssa yhteistyössä järjestettävästä palvelusta.



Kuvio 2. Arvon muodostamisen pyramidi. (Tuulaniemi 2011, 75)

Kuviosta 2 nähdään, että toiminta, tunteet ja merkitykset ovat asiakaskokemuksen kolme yleisintä tasoa. Toiminnan tasoa voidaan pitää näistä tärkeimpänä tasona. Jos toiminnan vaatimukset eivät täyty, ei palvelulla ole yleensä edes mahdollisuutta menestyä markkinoilla. Toiminnan tasolla tarkoitetaan palvelun kykyä vastata asiakkaan tarpeeseen, prosessien sujuvuutta, palvelun hahmotettavuutta, saavutettavuutta, käytettävyyttä, tehokkuutta ja monipuolisuutta. (Tuulaniemi 2011, 74)

Tunteet ovat aina läheisesti läsnä ihmisten tekemissä päätöksissä. Asiakas ei siis ole toiminnassaan vain tunteeton robotti. Asiakas ajattelee tapahtumaa asiakaskokemuksen näkökulmasta. Tunnetasolla yleisesti tarkoitetaan asiakkaalle syntyviä tuntemuksia ja kokemuksia. Hyvä asiakaskokemus synnyttää asiakkaalle positiivista tunne-energiaa ja vastaavasti huono kokemus negatiivista tunne-energiaa. (Tuulaniemi 2011, 74; Fischer & Vainio 2014, 165)

Merkityksillä tarkoitetaan asiakaskokemuksen ylintä tasoa. Sen avulla haetaan vastaavuutta asiakkaan identiteettiin ja henkilökohtaisiin merkityksiin. Merkitystaso käytännössä tarkoittaa asiakkaan kokemukseen liittyviä mielikuvia ja merkityksiä, kuten unelmia, tarinoita, lupauksia ja muita mahdollisia henkilökohtaisuuksia. (Tuulaniemi 2011, 74-75)

### 3 LAJIKARNEVAALIEN VERTAILU

Lajikarnevaalien vertailemiseksi luotiin kyselomake. Karnevaalikysely lähetettiin kaikkien kahdeksan paikkakunnan karnevaalijärjestäjille tavoitteena saada mahdollisimman laaja kuva karnevaalien tilanteesta, tavoista ja menetelmistä. Kyselylomake koostuu 15 kysymyksestä, joista 14 on avoimia. Avoimilla kysymyksillä mahdollistetaan paremman kuvan saaminen.

Lajikarnevaalien taloustutkimus –kyselylomakkeen avulla selvitettiin, paljonko karnevaalit työllistävät työvoimaa, ja onko työvoiman määrällä vaikutusta viivan alle jäävään osuuteen. Käytettyä työvoimaa verrataan myös leiriläisten ja kilpailijoiden määrään. Tällä pyritään selvittämään, onko työvoimaa vähentämällä mahdollista saavuttaa sama lopputulos suuremmalla tuoton osuudella. Kyselyssä tutkitaan myös karnevaalien suurimpia meno- ja tuloeria. Tämän lisäksi selvitetään kysymysten avulla karnevaalijärjestäjien nykyistä yhteistyötä ja mahdollista tulevaa yhteistyö halukkuutta. Kyselyn pääasiallisena tarkoituksena on kuitenkin selvittää, onko karnevaalijärjestäjien toimintatapoja mahdollista monistaa käyttöön muillakin karnevaaleilla. Näin yritetään muodostaa optimaalinen tapa karnevaalien järjestämiseksi, mikä maksimoi tapahtuman tuoton osuuden.



## 4 TUTKIMUSMENETELMÄN VALINTA JA TULOKSET

Yleisurheilun lajikarnevaaleja päätettiin lähteä tutkimaan kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän kautta. Kvalitatiivinen tutkimusmuoto on työläämpi tutkimusmuoto, ja sitä käytetään yleensä pienen otannan tutkimuksissa. Sen avulla saadaan myös syvällisempää tietoa tutkittavasta asiasta kuin kvantitatiivisella tutkimuksella. Oleellisena osana tätä laadullista tutkimusta on, että juuri oikeat kysymykset kysytään oikeilta henkilöiltä. Näin varmistetaan kerättyjen tietojen validiteetti eli paikkansapitävyys. (Inspirans 2016.)

Tätä opinnäytetyötä varten rakennettiin kyselylomake laadullista ajattelutapaa käyttäen. Lomake koostui 15 kysymyksestä, joista 14 on avoimia. Näin järjestäjät saivat vastata omin sanoin kyselyyn, mikä samalla mahdollisti hyvän kuvan saamisen karnevaalien nykytilasta ja käytännöistä. Kyselylomakkeella haluttiin selvittää karnevaalijärjestäjien nykyisiä toimintamalleja, meno/ tulo rakennetta, sekä näiden avulla suorittaa järjestäjien välistä vertailua. Vertailun tulosten pohjalta pyritään muodostamaan voittoa maksivoiva tapa järjestää karnevaalit.

Kyselylomake lähetettiin saatekirjeen kera kaikille kahdeksan karnevaalin järjestäjille kahtena kappaleena, näin yhteensä jakelun suurus oli 16 lomaketta. Kaikilta karnevaaleilta olisi ideaalitulanteessa mahdollista saada kaksi vastausta kultakin järjestäjältä, ja näin pystytty vertailemaan karnevaalin toimintaa hieman ”sisäisesti”. Loppujen lopuksi kyselyyn saatiin vastaukset seitsemältä eri järjestäjältä, näin ollen vastausprosentiksi muodostui 43,75%.

Kyselyyn vastattiin pääosin annetun aikataulun puitteissa. Karnevaalijärjestäjien vastaukset olivat hyvin pitkälti saman suuntaisia, mikä viittaisi tämän työn olevan ajankohtainen heille. Kysymyslomakkeet vastauksineen löytyvät työn lopusta liitteinä.

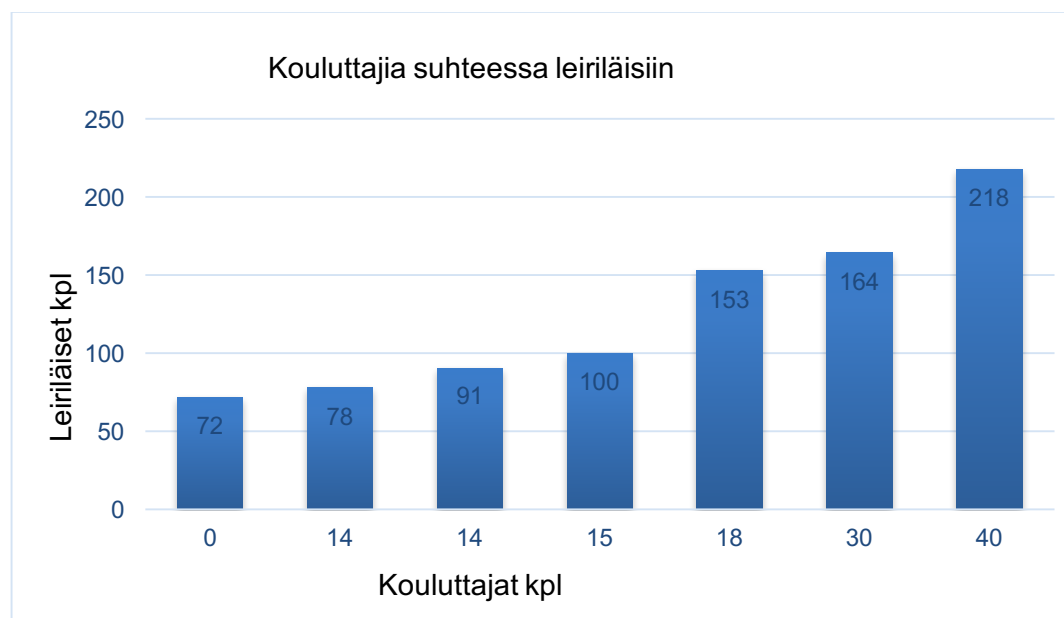
#### 4.1 Tutkimustulosten analysointi

Seuraavissa kappaleissa käsitellään ja analysoidaan karnevaalijärjestäjien antamia vastauksia kyselylomakkeeseen. Vastauksien analysoinnin apuna käytetään erilaisia graafisia kuvioita havainnollistamaan tuloksia.

Karnevaalijärjestäjien vastauksia kyselylomakkeeseen käsitellään kysymyksittäin. Samaan aiheeseen liittyvät kysymykset käsitellään kuitenkin saman otsikon alla. Kaikkien järjestäjien vastauksia käsitellään kuitenkin yhdessä anonyymiyden säilyttämiseksi.

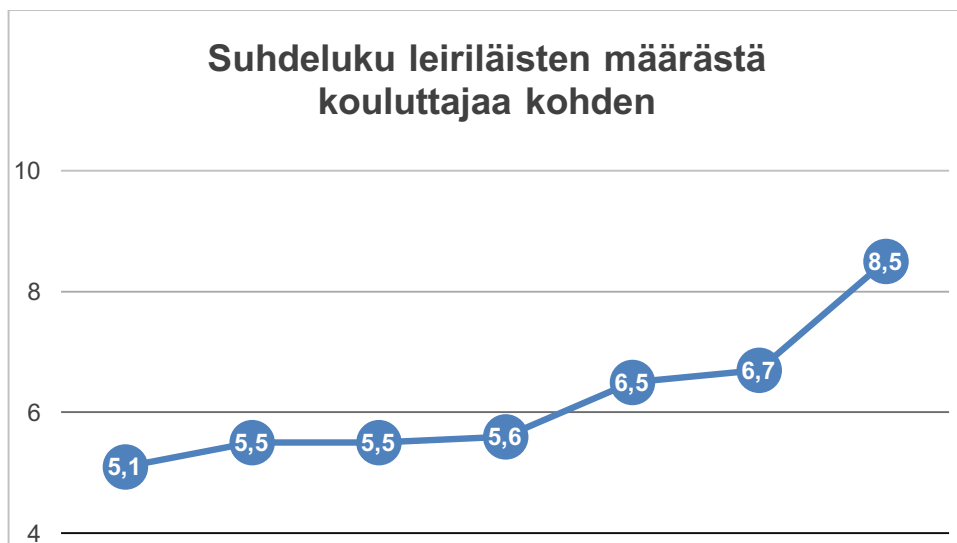
#### 4.2 Työvoiman, kilpailijoiden ja leiriläisten määrä

Kysymyksessä kaksi kysytään, paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit työllistävät. Kysymys kolme taas koskee kilpailijoiden määrää. Kyselyn vastausten pohjalta on laadittu alla olevat Kuvio 3, Kuvio 4 ja Kuvio 5.



Kuvio 3. Kouluttajia suhteessa leiriläisiin.

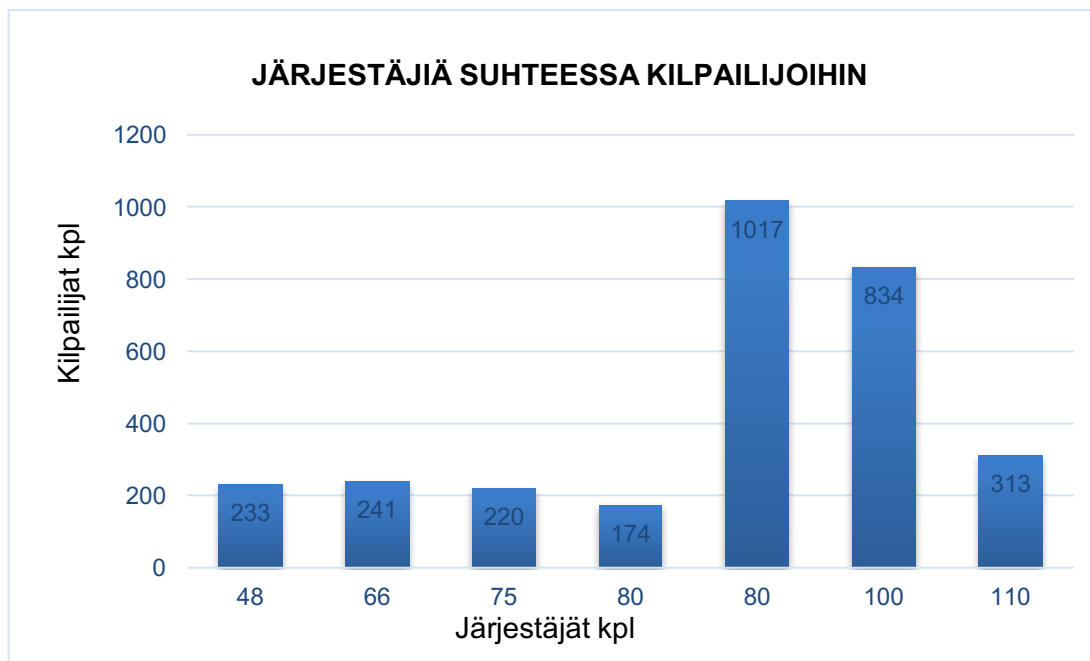
Kuviossa 3 pystysuuntaiset pylväät kertovat leiriläisten määrän, ja pylväiden alla oleva luku ilmaisee kouluttajien määrän. Kuviosta voidaan tulkita, että suurempi kouluttajien määrä tarkoittaa myös suurempaa määrää leiriläisiä. Kuviosta nähdään 72 leiriläisen olevan ilman kouluttajia, mutta tämän leirin osalta en saanut tietoa kouluttajista. Voidaan kuitenkin olettaa heidän kouluttajamääräksi 13-14. Kuviosta herättää huomiota leirit, joilla on 18 ja 30 kouluttajaa melkein samalla leiriläismäärällä.



Kuvio 4. Suhdeluku leiriläisten määrästä kouluttajaa kohden.

Kuvion 3 luvuista saadaan laskemalla selville, paljonko kouluttajia on suhteessa leiriläisiin. Kuviossa 4 on esitetty karnevaalien väliset suhdeluvut. Suhdeluku kertoo, montako leiriläistä on yhtä kouluttajaa kohden. Kuviosta 4 selviää suhdeluvun vaihtelevan karnevaalijärjestäjien välillä 5,1 aina 8,5 asti.

Alla olevassa kuviossa 5 kilpailijoiden määrä on esitetty pystysuuntaisina pylväinä. Pylväiden alla oleva luku ilmaisee järjestäjien määrän.



Kuvio 5. Järjestäjiä suhteessa kilpailijoihin.

Kuviosta 5 voidaan tulkita, että kilpailijamääriltään melko saman suuruisten kisojen järjestämiseen on käytetty huomattavan poikkeavat määrät järjestäjiä. Kuviota tulkittaessa on kuitenkin huomioitava, että tarvittavaan järjestäjien määrään vaikuttaa suuresti useat tekijät. Näitä tekijöitä ovat mm. katsojamäärät ja onko kyseessä ratalaji vaiko kenttälaji. Kuvion luvuista saadaan laskemalla selville suhdeluku. Suhdeluku ilmaisee, montako kilpailijaa on yhtä järjestäjää kohden. Tämä luku vaihtelee järjestäjästä riippuen välillä 2,18 - 12,70.

#### 4.3 Kulujen laskeminen

Kysymyslomakkeen neljännessä kysymyksessä kysytään, onko kuluja onnistuttu laskemaan, ja millaisin keinoin. Tämän kysymyksen osalta vastaukset ovat hie-man ristiriitaisia. Vastauksista käy ilmi, että osa järjestäjistä on onnistuneesti las-kenut tapahtuman kuluja, ja osa on yrittänyt laskea tapahtuman kuluja siinä on-nistumatta.

Vastauksien perusteella kuluja on pystytty pienentämään mm. palkintojen osalta, markkinointia vähentämällä ja majoituspaikkaa vaihtamalla. Saavutetut säästöt ovat kuitenkin minimaalisen pieniä. Kokoaikainen kulujen kasvu pakottaa kuitenkin tulevaisuudessa järjestäjät entistä suurempiin säästöihin. Kyselyssä järjestäjät ilmoittivat kuitenkin nyt jo kaiken olevan kilpailutettuna.

#### 4.4 Karnevaalien tulot, menot ja tuotot

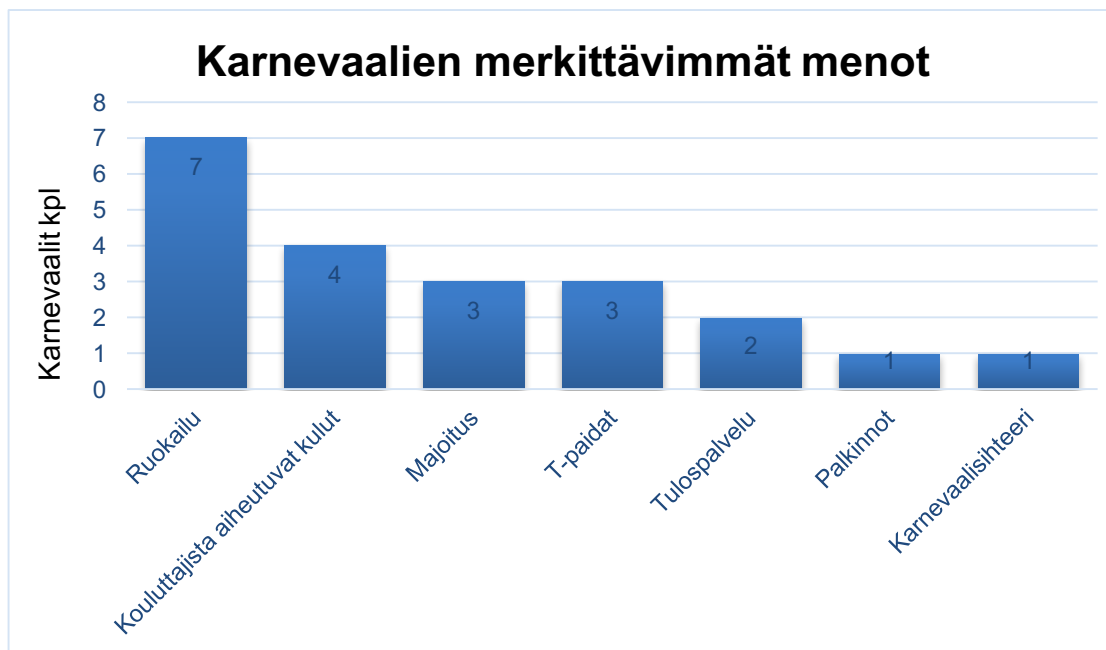
Kyselylomakkeen kysymyksissä viisi – kahdeksan käsitellään lajikarnevaalien tuloja, menoja ja tuottoa. Karnevaalikyselyn vastauksista selviää, että kaksi järjestäjätahoa tuottaa karnevaaleilla tappiota ja loput viisi vastanneista voittoa. Karnevaalien toteutunut tulos vaihtelee 3500 euron tappiosta 5200 euron voittoon. Tarkasteltavien karnevaalijärjestäjien voittoprosentti vaihtelee suuresti noin -5% aina 40%. Annettujen lukujen pohjalta keskiarvotuotoksi muodostuu noin 1700 euroa yhtä karnevaalijärjestäjäseuraa kohden. Voittoprosentin suurta vaihteluväliä voidaan selittää järjestäjien erilaisilla kulurakenteilla ja tapahtuman kulujen paremmalla optimoinnilla. Verrattaessa esimerkiksi ruokailusta aiheutuvia kustannuksia kalleimmasta ruokailusta maksetaan jopa kaksinkertainen hinta verrattuna karnevaalijärjestäjien edullisimpaan ruokailuun.

Kysymyksissä 7 ja 8 karnevaalijärjestäjiä pyydettiin mainitsemaan heidän kolme merkittävintä tulo- ja menolähdettään. Alla olevissa kuvioissa 6 ja 7 on kuvattu pylväiden avulla karnevaalien menokohteita ja tulon lähteitä. Kuviosta 6 nähdään, että kaikilla vastanneilla sponsoritulot ja leirimaksut ovat kolmen merkittävimmän tulonlähteen joukossa. Viidellä vastanneista kilpailumaksut ovat yksi kolmesta suurimmista tulonlähteistä, ja kioskimyynti kolmella järjestäjällä. Lisäksi kahdella järjestäjällä pääsyliput lajikarnevaalikilpailuun ovat merkittäviä tulonlähteitä.



Kuvio 6. Karnevaalien merkittävimmät tulonlähteet.

Alla olevasta kuviosta 7 nähdään, että kaikilla vastanneilla leirin ruokailukulut ovat yksi merkittävimmistä menoeristä. Neljällä karnevaalilla kouluttajista aiheutuvat kulut ovat kolmen suurimman kuluerän joukossa. Kouluttajista aiheutuvia kuluja ovat heille maksetut matkakorvaukset, majoituskulut, ruokailukulut ja kiinteä 20e jokaista leiriläistä kohden. Kiinteä 20e maksu maksetaan SUL:lle ja sen pitäisi kattaa kouluttajien kilometrikulut ja päivärahat liittyen karnevaaleihin. Vastanneiden mukaan näin ei kuitenkaan aina ole. Järjestäjät ovat itsekin maksaneet kouluttajien matkakuluja. Majoituskulut ja leiripaidat muodostavat kolmella järjestäjätaholla yhden suurimmista kulueristä. Lisäksi tulospalvelu on merkittävä menolähde kahdella karnevaalilla ja palkinnot sekä karnevaalisihteeri yksillä karnevaaleilla.



Kuvio 7. Karnevaalien merkittävimmät menot.

#### 4.5 Karnevaalien välinen yhteistyö

Kysymyslomakkeen kysymyksessä yhdeksän käsitellään karnevaalijärjestäjien tämänhetkistä yhteistyötä. Vastauksista käy ilmi, että neljällä järjestäjätaholla on pientä yhteistyötä toisten kanssa, ja lopuilla kolmella ei ole minkäänlaista yhteistyötä. Tällä hetkellä karnevaalijärjestäjät tekevät yhteistyötä ainoastaan vaihtelemalla kouluttajiaan.

Seuraavaksi kymmenennessä kysymyksessä kysyttiin karnevaalijärjestäjien halukkuutta yhteistyöhön hankintojen osalta kuten esimerkiksi leiripaitojen ja palkintojen yhteistilauksista. Kuusi vastanneista ilmoitti olevansa kiinnostunut tällaisesta yhteistyöstä tulevaisuudessa. Vain yhden karnevaalin järjestäjät olivat sitä mieltä, että yhteistyöhön ei ole tarvetta. Yhteistyötä kannattavien vastauksista nousi kuitenkin esille, että edellä mainittu yhteistyö kiinnostaa vain, jos sen avulla saadaan kuluja laskemaan.

#### 4.6 Karnevaalien markkinointi

Kysymyksessä 11 kysyttiin järjestäjiltä, kuinka he hoitavat tapahtuman markkinoinnin ja minkälaisia kuluja siitä heille aiheutuu. Vastauksista käy ilmi, että markkinointia toteutetaan varsin monipuolisin tavoin eri järjestäjien välillä. Karnevaalien markkinoimiseksi käytettyjä menetelmiä olivat:

- mainoslehtiset (sisältäen yhteistyökumppanien mainoksia)
- karnevaalikutsut (sähköisesti lähettäen)
- lehti-ilmoitukset
- kilpailukalenteri
- seurojen/ karnevaalien omat nettisivut
- sosiaalinen media (Facebook)
- radiomainokset
- muut urheilutapahtumat
- SUL:n järjestämät markkinointitoimet

Markkinoinnista aiheutuvat kustannukset vaihtelivat karnevaalijärjestäjien välillä melko suuresti markkinointikulujen ollessa järjestäjien mukaan muutamista satasta aina useampiin tuhansiin.

Seuraavassa kysymyksessä karnevaalijärjestäjiltä tiedusteltiin kiinnostusta mahdolliseen yhteismarkkinointiin tulevaisuudessa. Kaikkien vastanneiden mielestä yhteismarkkinointi voisi olla yksi tulevaisuuden markkinointikäytännöistä. Vastauksista nousee kuitenkin esille, että yhteismarkkinointi ei saisi aiheuttaa lisäkustannuksia, tai vaihtoehtoisesti sen avulla pitäisi saavuttaa enemmän tuottoja.



#### 4.7 Muut ansaintamenetelmät

Kyselylomakkeen kysymyksessä 13 kysyttiin karnevaalijärjestäjien muista ansaintamenetelmistä, jotka ovat karnevaalien yhteydessä. Lomakkeiden mukaan järjestäjillä on varsin monenlaisia ansaintamenetelmiä karnevaalien ohessa. Lisätuloja on viimevuosina saatu seuraavilla keinoilla:

- Kioskimyynti
- Lehtien mainosmyynti
- Aitamainokset
- T-paidan sponsorilogot
- Palkintojen tukijat
- Käsiohjelma mainokset
- Äänimainonta

#### 4.8 Yhteissponsorointi

Kyselyn kaksi viimeistä kysymystä käsittelee karnevaalien mahdollista myyntiä jollekin yritykselle, kuten esimerkiksi samalla tapaa toteutetut Vattenfall-seuracup, HK-areena, Hartwall-areena jne. Kaikkien kyselyyn vastanneiden mielestä tapahtuman nimen myynti voisi olla toimiva ratkaisu. Karnevaalien nimenmyynnistä tulee ilmi kuitenkin myös muutamia reunaehtoja toteutuakseen:

- Tapahtuman nimen myynti ei saisi olla este järjestäjien omille ”henkilökohtaisille” sponsoreille.
- Nimen myynnillä saatujen tulojen tulisi jakautua oikeudenmukaisesti karnevaalijärjestäjien kesken.
- Lisämenoja ei tästä saa aiheutua.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Valtakunnalliset tekijät kuten media ja sponsorointi muokkaavat kaikinensa maailman urheilujärjestelmiä, joihin myös lajikarnevaalit kuuluvat. Tämä tekee järjestelmän kontrolloimisesta entistä haastavampaa. Tämä näkyy osittain myös lajikarnevaalien toiminnassa, sillä osa kisoista on tv-kisoja erilaisella sponsoriarvolla. Moderniin huippu-urheiluun kuuluu nykyään yhä enemmän tehokkuus ja asiantuntijoiden laskemat tuotto-suhteet. (Nuorisotutkimusseura 2016.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millä keinoin paikallisjärjestäjille jäisi enemmän tuottoa tehdystä työmäärästä. Suurempaa tuoton osuuden mahdollisuutta selvitettiin nimenomaan paikallisjärjestäjien omien toimien kannalta. Karnevaalien nykytilan selvittäminen suoritettiin kvalitatiivisen kyselytutkimuksen avulla. Kyselyyn saatiin vastaukset kaikilta muilta karnevaalijärjestäjiltä paitsi yhdeltä. Toki kyselyyn odotettiin kahta vastausta karnevaalia kohti, mutta todennäköisesti urheiluseuran nimetty henkilö/johtokunta/yleisurheilujaosto antoi yhtenäisen vastauksen. Kaikkien kyselyyn vastanneiden karnevaalijärjestäjien vastauksissa on melko paljon yhteneväisyyksiä, mutta eroavaisuuksiakin löytyy.

Seuraavaksi esitetään mahdollisia kehityskohteita lajikarnevaalijärjestäjien toimintaan ja järjestelyihin edellisen kappaleen tulosten analysointien pohjalta. Karnevaalijärjestäjien yhtenä merkittävimmistä kulueristä oli kouluttajista aiheutuvat kustannukset. Kuviossa 4 käsiteltiin kouluttajien ja leiriläisten välistä suhdelukua. Karnevaaleilla oli keskimäärin 6,2 leiriläistä yhtä kouluttajaa kohden. Ammattivalmentaja Jyrki Välikkysen ja urheilufysioterapeutti/ Terve Urheilija-kouluttaja Teija Simolan mukaan riittäisi, että tämä suhdeluku olisi 8-10. Järjestäjien olisi mahdollista pudottaa kouluttajista aiheutuvia kustannuksia huomattavasti ilman, että valmennuksen laatu vielä kärsisi. Järjestäjien tulisikin jatkossa miettiä, mikä olisi heille optimi määrä kouluttajia.

Kuviossa 5 käsiteltiin järjestäjien määrää suhteessa kilpailijoihin. Kuviosta havaittiin, että kilpailijamääriltään melko saman suuruisen kisojen järjestämiseen on käytetty huomattavan poikkeavat määrät järjestäjiä. Tarvittavaan järjestäjämäärään vaikuttaa suuresti mm. katsojamäärät ja onko kyseessä kenttä- vai ratalaji. Vaikuttaako edellä mainitut tekijät kuitenkin niin paljon järjestäjien tarpeeseen, että 174 kilpailijan takia tarvittaisiin 80 järjestäjää erilaisiin tehtäviin, kun toisaalla 233 kilpailijaan on tarvittu vain 48 järjestäjää? Vaikka järjestäjät ovat mukana talkooperiaatteella, heistäkin aiheutuu usein jotain kuluja ruokailun ja kahvien muodossa. Järjestäjien tulisi miettiä tarkkaan, paljonko he todella tarvitsevat työvoimaa tapahtuman järjestämiseen.

Useammalla karnevaalilla tapahtuman tuotto perustuu kokonaan sponsoreilta saataviin tuloihin. Toisin sanoen ilman sponsorituloja lähes kaikkien karnevaalien toiminta olisi kannattamatonta. Karnevaalijärjestäjien tulo-/menorakenne tarvitseekin muokkausta. Ruokailun osuus kustannuksista oli kaikilla järjestäjille yksi suurimmista kulueristä. Ruokailun aiheuttamat kustannukset vaihtelivat noin 30-60 euron välillä yhtä leiriläistä kohden. Osalla järjestäjistä ruokailun kustannukset on kilpailutettu huomattavasti tehokkaammin kuin toisilla. Leiriläisten ruokailut tulisi kilpailuttaa kaikkien järjestäjien osalta huolella, ja näin pyrkiä pudottamaan kustannuksia. Olisiko mahdollista saada sponsoriksi jotakin elintarvikealan yritystä? Itse tiedän ainakin Saarioisten ja Valion olevan aktiivisia nuorten urheilijoiden tukijoita.

Kappaleessa 2 puhuttiin yhteistyön tärkeydestä toimintaa kehitettäessä. Yhteistyön tärkeys pätee myös karnevaalien tapauksessa. Aikaisempina vuosina karnevaalijärjestäjien välinen yhteistyö on ollut vähäistä. Yhteistyön avulla karnevaalijärjestäjien olisi mahdollista laskea kustannuksiaan hankintojen osalta. Leiripaitojen ja palkintojen osalta tulisikin siirtyä yhteistilauksiin, ja samalla ”standardoida” yhtenevä ulkonäkö paidoille ja palkinnoille. Kaikkiin paitoihin ja palkintoihin tehtäisiin tietyt yhtenevät painatukset, ja tarvittaessa jokainen karnevaali voilisätä omia painatuksiaan. Näin järjestäjät voivat edelleen painattaa omien sponsoreidensa logot ym. haluamansa, ja silti saada edulliseen kappalehintaan paidat ja palkinnot. Onko yhteistyön organisointi helpointa SUL:n kautta?

Edellä olevissa kahdessa kappaleessa puhuttiin yhteistyön merkityksestä ja ruokailun korkeista kustannuksista. Ruokailun suhteen olisi hyvä pyrkiä saamaan sponsoriksi elintarvikealan yrityksiä, tämä mahdollistaisi todella suuret säästöt karnevaaleille. Karnevaalien tulisikin pyrkiä myymään tapahtuman nimi jollekin yritykselle. Mielestäni näin toteutettu yhteissponsorointi olisi toimiva ratkaisu. Karnevaalijärjestäjien olisi mahdollista saada huomattavia säästöjä ruokailun osalta, ja sponsoriyritys saisi mainosta jopa TV-ajan muodossa. Mielestäni esimerkiksi Valion imagoon sopisi hyvin Valio-karnevaalit. Lajikarnevaalit ovat osa SUL:n toimintaa, joten yhteissponsoreista neuvottelu varmaan olisi SUL:n tehtävä.

Sosiaalista mediaa käytettiin kyselyn mukaan varsin vähän markkinoinnissa, vain Facebook. Sosiaalisen median avulla pystytään kohdentamaan markkinointi juuri oikeille kohderyhmille (Myyntinmaailma 2016.).

Kyselystä tuli siis selkeästi ilmi seuraavia säästökohteita. Järjestäjillä on ilmeisesti liikaa kouluttajia leiriläisten määrään verrattuna. Asiantuntijoiden mukaan 8 – 10 leiriläistä yhtä kouluttajaa kohden olisi riittävä määrä. Hankinnat tulisi myös yhdistää leiripaitojen ja palkintojen osalta. Karnevaalien yhdistämistä tulisi myös miettiä yhtenä vaihtoehtona lisäsäästöille, samalla se mahdollistaisi monipuolisempaa harjoittelua nuorille. Lisäksi lisätuloja tulisi tavoitella yhteissponsoroinnin kautta myymällä tapahtuman nimi esimerkiksi jollekin elintarvikealan yritykselle.

Tässä työssä ei puututtu leiriläisten kokemuksiin, mutta viitaten asiakaskokemuksiin arvon muodostumisessa, voisi olla kiinnostavaa tutkia heidän kokemuksiaan lajikarnevaaleista. Tulevatko he aina uudestaan, onko karnevaalit saatu heidän kannaltaan innostaviksi, ja miten esim. heitä saadaan sinne lisää.

Kaikkiin työssä esitettyihin väittämiin, suosituksiin ja lukuihin tulee suhtautua pienellä varauksella. Kyselyn kvalitatiivisuudesta johtuen kysymyksiin oltiin vastattu ajoittain aihealueen ulkopuolelta. Osa järjestäjistä oli myös halunnut jättää kertomatta tiettyjä lukuja ja asioita toiminnastaan. SUL:n antamat tilastot ja järjestäjien antamat vastaukset olivat osittain ristiriitaisia keskenään, joten niiden tulkinnessa

on virhemahdollisuus. Lajikarnevaalien järjestäjät tekevät työtään pääasiassa vapaaehtoisesti oman työnsä ohella. He toimivat SUL:n alaisuudessa seuratoiminnassa, ja tarjoavat urheilijoille/leiriläisille erilaisia liikuntakokemuksia. Toimivan palveluketjun ylläpitämiseksi/parantamiseksi tarvitaan toimintaa kaikilta toimijatasoilta erikseen ja yhdessä.

## LÄHTEET

### Internet:

Epublications. 2015. Johtajuus. Viitattu 24.02.2016. [http://epublications.uef.fi/pub/urn\\_isbn\\_978-952-61-1803-1/urn\\_isbn\\_978-952-61-1803-1.pdf](http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-1803-1/urn_isbn_978-952-61-1803-1.pdf).

Inspirans.fi. 2016. kvalitatiivinen tutkimus luo aina uutta. Viitattu 10.03.2016. <http://www.inspirans.fi/kvalitatiivinen-tutkimus/>.

Myynninmaailma.fi. 2016. Sosiaalinen media. Viitattu 20.03.2016. [http://myynninmaailma.fi/sosiaalinen-media/?gclid=Cj0KEQjwLm3BRDjnML3h9ic\\_vkBEiQABa5oeftBL0Dg1JVZPKpRfKjZYd4Kj1rd0zwDsrDNBI6BnWEaAijF8P8HAQ](http://myynninmaailma.fi/sosiaalinen-media/?gclid=Cj0KEQjwLm3BRDjnML3h9ic_vkBEiQABa5oeftBL0Dg1JVZPKpRfKjZYd4Kj1rd0zwDsrDNBI6BnWEaAijF8P8HAQ)

Nuorisotutkimusseura.fi. 2011. Askelmerkkejä lasten ja nuorten nykyaikaiseen kilpaurheiluun. Viitattu 19.03.2016. <http://www.nuorisotutkimusseura.fi/images/julkaisuja/askelmerkkeja.pdf>

Palveluliiketoiminta.fi. 2015. Palveluliiketoiminta. Viitattu 20.01.2016. <http://www.palveluliiketoiminta.fi/mita/>.

Tekes.fi. 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaa. Viitattu 02.03.2016. [https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta\\_palveluliiketoimintaan.pdf](https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf).

Yleisurheilu.fi. 2016. Lajikarnevaalit. Viitattu 13.01.2016. [www.yleisurheilu.fi/lapset-ja-nuoret/tapahtumat/lajikarnevaalit](http://www.yleisurheilu.fi/lapset-ja-nuoret/tapahtumat/lajikarnevaalit).

### Kirjat:

Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen. Helsinki: Talentum Media Oy.

Helander, N.; Kujala, J.; Lainema, K. & Pennanen, M. 2013. Avaimia asiakasläheisyyteen. Tampere: Suomen Yliopistopaino Oy.

Hyötyläinen, R. & Nuutinen, M. 2010. Mahdollisuuksien kenttä. Helsinki: Teknologiateollisuus ry.

Kitunen, A. & Wahlgren, A. 2012. Kohti laadukasta palveluliiketoimintaosaamista. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

### Muut:

Haastattelu: Jyrki Väikkynen. 20.03.2016.

Haastattelu: Teija Simola. 20.03.2016.

SUL:n oma materiaali.

## **Lajikarnevaalien taloustutkimuksen saatekirje**

Arvoisa vastaaja,

Olen Niko Simola Turun ammattikorkeakoulun tuotantotalouden opiskelija ja siviilissä urheilija (3-loikka). Teen opinnäytetyötä Suomen Urheiluliitolle lajikarnevaaleista. Vastauksia käytetään lajikarnevaalien tuottavuuden parantamiseksi, etenkin paikallisjärjestäjien tuottojen kasvattamiseksi. Henkilötietoja ei luovuteta ulkopuolisille ja ne ovat luottamuksellisia.

Pyydän vastaamaan mahdollisimman pian, mutta kuitenkin viimeistään 29.02.2016 mennessä. Vastaukset lähetetään suoraan allekirjoittaneelle. Mikäli teillä ilmenee kysymyksiä kyselyyn liittyen, voitte ottaa yhteyttä sähköpostitse osoitteeseen [niko.simola@edu.turkuamk.fi](mailto:niko.simola@edu.turkuamk.fi)

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

Terveisin,

Niko Simola

[niko.simola@edu.turkuamk.fi](mailto:niko.simola@edu.turkuamk.fi)

## Lajikarnevaalien taloustutkimus malli

1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?
  - Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
  - Keihäs, Pihtipudas
  - Kestävyysjuoksut, Jämsä
  - Kilpakävely, Kauhava
  - Kiekko ja kuula, Kokemäki
  - Korkeus, Ruovesi
  - Moukari, Kaustinen
  - Moniottelut, Kauhava
  - Pituus ja 3-loikka, Jämsä
  - Seiväs, Somero
2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?
3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)
4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?
5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)
6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?
7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?
8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?
9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?



10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?
11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?
12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?
13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?
14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?
15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin?

## Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 1

### 1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyysjuoksut, Jämsä
- Kilpakävely, Kauhava
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Korkeus, Ruovesi
- Moukari, Kaustinen
- Moniottelut, Kauhava
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

### 2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?

Toimitsijoiden ja järjestäjien osalta noin xx. To xx ja su xx tarvitaan

Kouluttajia xxxxxxxxxxxx xx ja xxxxxxxxxxxx xx

### 3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)

n xxxx

### 4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?

Kilpailuttamalla, mutta huonolla menestyksellä

### 5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)

Tämä on vain sisäpiirin tietoa...

### 6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?

Ruokailu xx €, paita x €, osallistumismaksu xx €, kouluttajien majoitus xx € / yö

### 7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?

Kilpailumaksut, leirimaksut ja myydyt mainokset

8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?

Ruoka, paidat ja tulospalvelu

9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?

xxxxxx karnevaalit, toimitsijoiden vaihtoa. Leiriläisten osalta hieman eri hinnalla pääsee naapuriin ( xx € )

10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?

Kyllä, jos se vaan pudottaa kuluja

11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?

Mainoksilla ja paikallislehdessä omatekoisella liitteellä  
Lehti ottaa omansa. Myymme itse mainokset lehteen.

12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?

Kyllä, jos se vaan pudottaa kuluja

13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?

Kioskitulot ja paikallislehden mainosmyynti

14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?

Hyvä juttu

15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin?

Riippuu siitä, onko tulos + vai – merkinen viivan alla

## Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 2

### 1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyysjuoksut, Jämsä
- Kilpakävely, Kauhava
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Korkeus, Ruovesi
- Moukari, Kaustinen
- Moniottelut, Kauhava
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

### 2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?

kouluttajia n. xx

kanslia n. xx

kenttätoimitsijat n. xx

lipunmyyjät n. xx

järjestysmiehet n. xx

kenttäravintolat n. xx

xxxxxxxxxxxxx valvonta ke-su n. xx

kyläseuran siivouspartio n. xx

ruokala n. xx

YHT. noin xxx henkeä

### 3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)

Noin xxx-xxx xxxxxxxx mukaan lukien nuorten ja aikuisten kisat

### 4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?

Ry:n tilinpäätöksen avulla on saatu selville ne hyvinkin tarkasti.

### 5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)

Koko vuoden tuotot n. xxxxx € ja kulut n. xxxxx €. Nämä ovat parin vuoden takaisen tilinpäätöksen lukemia. Tällä hetkellä koko vuoden taloudessa on xxxxxxxxx mukana myös ympärivuotiset alueelliset xxxxxxxxx, jotka nostavat vuosibudjettia jonkin verran.

6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?

Käytännössä kaikki loputkin menee erilaisiin kuluihin, jos kokonaisuutta ajatellaan, kun voittoa ei tuoteta. Emme ole eritelleet kuinka paljon mihinkin tuosta koulumaksun osuudesta menee.

7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?

Yhteistyösopimukset, koulumaksut ja pääsylipputulot

8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?

Ruokailu, kouluttajien matkakorvaukset ja majoitukset

9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?

Ei tehdä.

10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?

Kyllä.

11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?

Omat nettisivut, sosiaalinen media (Facebook), lehtimainokset, radiomainokset

Kulut: nettisivut n. xxx €/v, lehtimainokset n. xxxx €/v.

12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?

Periaatteessa kyllä, jos siitä löytyy kustannussäästöä tai selvästi parempaa kattavuutta.

13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?

xxxxxkarnevaalit ja alueelliset ympärivuotiset xxxxxkoulut (tällä hetkellä x paikkakunnalla).

14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?

Ok, mikäli se poistaa mahdollisuutta edelleen hankkia myös omia sponsoreita ja tukijoita. Meillä sponsorituotot ovat xxxxx – xxxxx €/v, mikä on merkittävä taloudellinen asia.

15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin?

Kyllä, mutta edellä mainituin reunaehdoin.

## Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 3

1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyysjuoksut, Jämsä
- Kilpakävely, Kauhava
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Korkeus, Ruovesi
- Moukari, Kaustinen
- Moniottelut, Kauhava
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?

Toimitsijoiden ja järjestäjien osalta noin xxx eri henkilöä. Yhtenä päivänä noin xx samanaikaisesti parhaimmillaan

Kouluttajia: xxxxxxxxxxxx xx, xxxxxx ja xxxxxxxx x.

3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)

Seurantataulukko löytyy erillisestä liitteestä

4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?

Emme juurikaan. Kaikki mahdollinen on kilpailutettu ja nyt jokaisen hinta on aika minimissä. Majoituksen vaihtuminen paikasta toiseen vähensi majoituskustannuksia.

5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)

Tulot xxxxx€

Menot xxxxx €

6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?

Ruokailukulut xx€, karnevaalipaita x€, kilpailun osallistumismaksu xx €, lajikouluvetäjien majoitus x€

7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?  
Osallistumismaksu, lajikoulumaksu, käsiohjelmamainokset
8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?  
Päätoiminen karnevaalisihteeri, Ruokailu, tulospalvelu (kokonaisuutena sisältää sähköisen tulostaulun ja maalikameran lauontain kilpailussa)
9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?  
XXXXXXX xxxxx xx xxxxxx kanssa. Muutamia toimitsijoita vaihdetaan. Seurojemme välisistä lajikoulujen osallistumisista peritään periaatteessa vain ruokaraha, koska leiriläiset majoittuvat kotona ja syövät siellä aamu- ja iltapalat.
10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?  
Kyllä kun sopiva muoto löytyy.
11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?  
Painatamme pienimuotoisen mainoksen, jota jaamme paikallisiin liikkeisiin. Lisäksi olemme saaneet muutamien urheilijain haastattelun ennen karnevaaleja lehteen.  
Painatuskulut.  
SUL on hoitanut nyt karnevaalien mainostamisen viime vuonna tehokkaasti ja niissä paikoissa missä olemme aikaisemmin tehneet sen itse kuten TIJG.
12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?  
Kyllä. Rahaa tähän ei pitäisi käyttää hirveästi, koska on suoraan pois tuloksesta. Aikaisemmin tuimme esim. xxxxxxxxxxxxxx xxxx xxxx sarjaa xxx€, mutta siitä emme nähneet olevan mitään hyötyä meille.
13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?  
Kanttiinimyynti.
14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?  
Jos ymmärsin oikein niin myisimme mainospaikka/nimeä jollekin firmalle. Mielestäni hyvä ehdotus.
15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin  
Jos tämä tarkoittaa samaa kuin edellinen kysymys niin kyllä



## Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 4

1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyysjuoksut, Jämsä
- Kilpakävely, Kauhava
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Korkeus, Ruovesi
- Moukari, Kaustinen
- Moniottelut, Kauhava
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?

Toimitsijat yhteensä xx henkilöä (yhtäaikaista toimintaa x:llä suorituspaikalla)

Järjestelyissä mukana x henkilöä

Kouluttajina xx henkilöä

3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)

2011 xxx kilpailijaa (vain xxxxxx)

2012 xxx kilpailijaa (vain xxxxxx)

2013 xxx kilpailijaa xxxxxx + xxx kilpailijaa xxxxx

2014 xxx kilpailijaa xxxxxx + xxx kilpailijaa xxxxx

2015 xxx kilpailijaa xxxxx + xxx kilpailijaa xxxxx

4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?

Kuluja ei ole onnistuttu pudottamaan – päinvastoin majoitus/ruokailukulut sekä palkintokulut ovat kasvaneet koko ajan!

5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)

Tulot (2015) xxxxx € – menot (2015) xxxxx € = kate - xxx €

Edellisten vuosien katteella (n. xxxx €) homma pyörii jotenkuten!!

6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?

Majoituskulut (3 yötä)	xx,00 €	
Ruokailukulut	xx,00 €	
Kilpailumaksu	xx,00 €	
Paitakulu	x,00 €	
Kouluttajasta aiheutuvat kulut	xx,00 €	
Kenttämaksut	x,00 €	yhteensä xxx €

**Eli tappiolla menee tuolla "perusmaksulla"**

7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?

Jos osallistumismaksut jätetään pois (joiden osuus on suurin!! n. xxxxx €)

Lehti ja sponsorointitulot	n. xxxx €
Kilpailumaksut	n. xxxx €
Puhvettituotot	n. xxxx €

8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?

1) Ruokailukulut

2) Majoituskulut

3) Paitakulut

Lisäksi : Palkintokulut ja (Lehtikulut)

9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?

Ei tehdä - syytä olisi kulujen pudottamiseksi

10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?

Kyllä - ilman muuta

Keskitetty paitatilaus – jossa valtakunnallinen sponsori (selässä mainos!)

Keskitetty palkintojen tilaus – saisi olla samanlainen palkintomitali

11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?

Omat nettisivut (n. xxx€ / vuosi)

1-2 markkinointilehteä, jonka kulu xxxx-xxxx€ + jakelut (xxx€/kerta)

(tosin mainoslehdillä saadaan tuottoa, jolla katetaan muita kuluja!!)

12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?

Kyllä – vaikkakin se olisi enemmän SUL:n heiniä

Tällä hetkellä ei toimi!!

13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?

Kentälle banderollimainokset – tästäkin voisi miettiä valtakunnallista toimintaa!

Äänimainontaa lisäksi muiden myytyjen mainosten kylkiäisinä

14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?

Ehdottomasti kannatettava toiminta!

Tätä kautta esimerkiksi paita keskitetysti sponsorin mainoksella

Lisäksi voisi olla myös kenttämainontaa ja äänimainontaa yhteisellä sponsorilla!

15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin?

Kyllä

## Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 5

1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyysjuoksut, Jämsä
- Kilpakävely, Kauhava
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Korkeus, Ruovesi
- Moukari, Kaustinen
- Moniottelut, Kauhava
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?

**Kokokarnevaalien ajan järjestelyissä noin xx henkilöä, kisoissa noin xx henkilöä**

3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)

**Keskimäärin xxx kilpailijaa / v**

4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?

**On ollut pakko laskea kun osallistujamäärä on laskenut. Palkinnoissa on vähän säästetty, turhat markkinointitoimet lopetettu, ym pientä, kokonaisuudessaan ei kuitenkaan mitään merkittäviä summia.**

5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)

### Tulot

<b>Passit</b>	<b>xxxxx €</b>
<b>Kilpailumaksut</b>	<b>xxxx €</b>
<b>Kioskimyynti</b>	<b>xxxx €</b>
<b>Käsiohjelmamainokset</b>	<b>xxxx €</b>
<b><u>Tulot yhteensä</u></b>	<b><u>xxxxx €</u></b>

**Menot**

<b>Ruuat ja kioskimyytävät</b>	<b>xxxx £</b>
<b>Kouluttajien majoitus</b>	<b>xxxx €</b>
<b>Erikoispassimajoitukset</b>	<b>xxxx €</b>
<b>Karnevaalipaidat</b>	<b>xxx €</b>
<b>Kisapalkinnot</b>	<b>xxx €</b>
<b>Muut sekalaiset</b>	<b>xxxx €</b>
<b><u>Menot yhteensä</u></b>	<b><u>xxxx €</u></b>

6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?

**Ruuat**                      **xxxx £**  
**Kouluttajien majoitus** **xxxx €**  
**Karnevaalipaidat** **xxx €**  
**Kisapalkinnot**        **xxx €**  
**Muut sekalaiset** **xxx €**

7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?

**Passit**                      **xxxxxx €**  
**Kilpailumaksut** **xxxx €**  
**Kioskimyynti**        **xxxx €**  
**Käsiohjelmamainokset** **xxxx €**

8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?

**Ruuat ja kioskimyytävät**        **xxxx €**  
**Erikoispassimajoitukset**        **xxxx €**  
**Kouluttajien majoitus** **xxxx €**

9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?

**Jonkun verran xxxxxxxxx kanssa on kouluttajayhteistyötä**

10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?

**En näe tarpeelliseksi**

11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?

**Nettisivut, Facebook, esitteet**  
**Budjetti xxxxxxxxx xxxxxxxx**

12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?

**Liiton markkinointi on nyt jo merkittävää.**

**Jos löytyy jo joku keino, millä saadaan henkilökohtaisia kontakteja, niin miksei yhteistyö kiinnosta**

13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?

**Ei ole**

14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?

**Iso sponsori, joka tuo rahaa myös järjestäville seuroille on aina tervetullut**

15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin?

**Kyllä, jos ehdoista sovitaan. Pääehto, on että rahaa juoksee myös järjestäville seuralle, eikä jää kokonaan jonnekin järjestö- tai muulle tasolle**

## Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 6

1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyysjuoksut, Jämsä
- Kilpakävely, Kauhava
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Korkeus, Ruovesi
- Moukari, Kaustinen
- Moniottelut, Kauhava
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?

**toimitsijoita noin xx, talkoolaisia noin xx, kouluttajia noin xx**

3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)

**xxx, xxx, xxx, xxx neljän viime vuoden aikana**

4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?

### KESKEISEN TOIMINNAN EDELLYTTÄMÄT KULUT

<i>Ruokailut</i>	xxxx
<i>Palkinnot</i>	xxxx
<i>Kouluttajamaksu SUL</i>	xxxx
<i>karnevaalipaidat</i>	xxxx
<i>Kouluttajien majoittaminen</i>	xxx
<i>Muut kulut</i> (vuokrat +SPR)	xxx
<i>Tuloja (osanottomaksut)</i>	+xxx
<u><i>Yhteensä</i></u>	<u>xxxxx</u>

*Kulut/maksava leiriläinen*

*Leiriläisiä xx + xx = xx, joten kustannusrasite xxx€ per karnevaalilainen*

*joten tuotto perustuu, pelkästään tukijoiden ja sponsoreiden hankintaan. Nämä ovat kuluja, joista ei voi tinkiä. Ja näiden lisäksi on vielä ynnä muita kuluja.*

5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)  
*Lopullinen tuotto on noin xxxx- xxxx€ ja on huomattava, että karnevaaleihin liittyy koko seuran xxx tukijoiden hankinta. Seuramme on yleisseura ja silloin saatu sponsorituki koituu myös muiden kuin yu-jaoston hyödyksi.*
6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?  
*Tämän selvitin kohdassa 4*
7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?  
*Karnevaalimaksut, palkintojen tukijat ja yhteistyökumppanit*
8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?  
*Ruokailut, palkinnot ja koluttajakulut*
9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?  
*ei mainittavassa määrin*
10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?  
*Miksikäs ei, mutta meillä on oma mitali ja oma logo peinteisesti käytössä paidossa toisinsanoen yhteistyö on hankala toteuttaa, paitatilaus voisi olla yhteinen vaikkakin kullakin karnevaalilla olisi osin omat painatukset.*
11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?  
*Tässä kulut on minimoitu, joten markkinointi tapahtuu omien nettisivujen kautta, leirien välityksellä ja tietysti luotamme, että SUL informoi valtakunnallisesti karnevaaleista. Lisäksi sähköposti edellisen vuoden osallistujille on helppo toteuttaa.*
12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?  
*Kyllä; Esim. yhteiset nettisivut auttaisivat yhteismainonnassa.*
13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?  
*Vain perinteiset: Palkintojen tukijat, käsiohjelman mainokset ja aitamainokset sekä liite paikallislehteen, johon keräämme mainoksia.*
14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?  
*Yhteinen sponsori, joka saisi meidän kautta näkyvyyttä ok, jolloin tuki jaetaan karnevaalien kesken*



15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin?

*Mielestäni yhteissponsorointi voi toimia vain eo tavalla, ja meillä ainakin on paikallisia tukijoita joiden tuki kohdistuu pelkästään meidän tapahtumaan.*

## Lajikarnevaalien taloustutkimus vastaus 7

1. Minkä lajikarnevaalin osalta vastaat?

- Aita- ja pikajuoksut, Jämsänkoski
- Keihäs, Pihtipudas
- Kestävyysjuoksut, Jämsä
- Kilpakävely, Kauhava
- Kiekko ja kuula, Kokemäki
- Korkeus, Ruovesi
- Moukari, Kaustinen
- Moniottelut, Kauhava
- Pituus ja 3-loikka, Jämsä
- Seiväs, Somero

2. Paljonko työntekijöitä lajikarnevaalit teillä työllistävät? Toimitsijoiden/ järjestäjien/ kouluttajien osalta?

N xx, joista kouluttajia n xx

3. Paljonko on ollut osallistujia lajikarnevaalikisaan viimeisen viiden vuoden aikana? (pelkästään kisaan osallistuvat, ei leiriläisiä mukaan)

2011 xxx, 2012 xx, 2013 xxx, 2014 xxx ja 2015 xx

4. Oletteko onnistuneesti laskeneet tapahtuman kuluja lähivuosina? Minkälaisin keinoin?

Kartotukset on tehty ed.vuosien mukaan

5. Minkä suuruiset ovat tapahtuman tulot, menot ja tuotot? (satojen € tarkkuudella)

tulot vaihtelee xxxxx€ molemmin puolin, menot xx-xxxxx€ molemmin puolin, tuotto on tältä väliltä ,joskus ollaan oltu miinuksellakin. Ilman aitamainostajia oltaisiin joka vuosi miinuksella ja plussana kaupunki antaa kaikki paikat veloitusetta.

6. Tuosta 150 euron osallistumismaksusta maksatte SUL:lle 20€ kouluttaja korvausta/ urheilija. Mitä muita kuluja siitä menee? Paljonko muihin kuluihin menee?

Ruokailu, T-paita, palkinnot, kilp.numerot, oheisohjemat, huippujen majoitukset, palkinto- ja kilometrikorvaukset, SPR, kuuluttajat, lehti-ilmoitukset.

7. Mitkä ovat teidän kolme suurinta tuloerää?

Aitamainokset, osallistumismaksut, pääsylippu-ja kioskitulot

8. Mitkä ovat teidän kolme suurinta kuluerää?

Ruoka,t-paidat,kouluttajamaksut

9. Teettekö jo yhteistyötä muiden karnevaalien kanssa? Jos teette, millaista?

ei

10. Olisitteko valmiita tekemään lajikarnevaali hankinnat yhteistyössä muiden karnevaalien kanssa? Leiripaidat, palkinnot yms.?

Miksei ,jos on kilp.kykyiset hinnat

11. Kuinka hoidatte tapahtuman markkinoinnin? Minkälaisia kuluja siitä aiheutuu?

Lähetetään kutsut urheilijoille (parina viimeisenä vuotena sähköisesti),lehti-ilmoitukset ja kilp.kalenterit. Lehti-ilmoitukset maksavat n xxxx€

12. Olisitteko kiinnostuneita valtakunnallisesta yhteismarkkinoinnista muiden karnevaalien kanssa?

kyllä

13. Onko teillä jotain muita ansaintamenetelmiä/ -malleja karnevaalien yhteydessä?

Aitamainostajat, T-paidassa sponsorilogot,

14. Mitä mieltä olisitte tapahtuman ”myynnistä” jollekin yritykselle esim. Vattenfall seuracup, ja näin toteutetusta yhteissponsoroinnista?

Kuluja ei ainakaan saa tulla yhtään enempää

15. Olisitteko valmiita lähtemään mukaan yhteissponsorointiin?

ehkä